



Banque de détail en France

Banque de détail en France

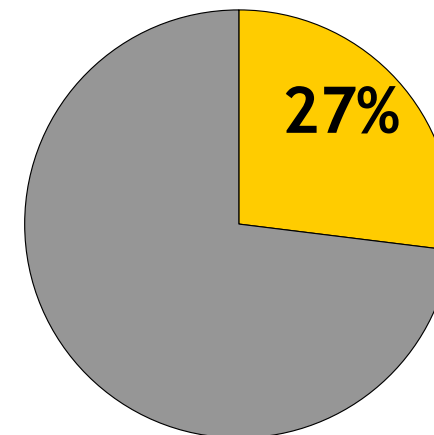
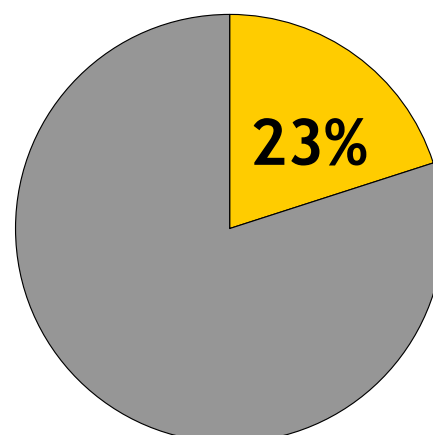
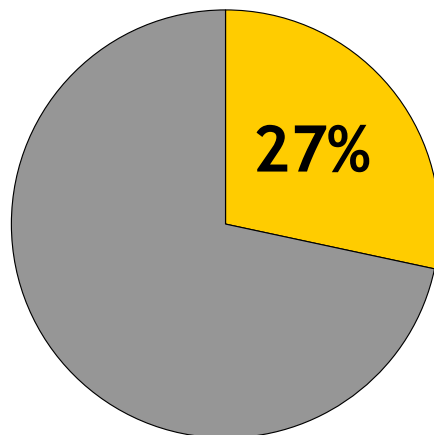
Année 2002

PNB*
4 740M€

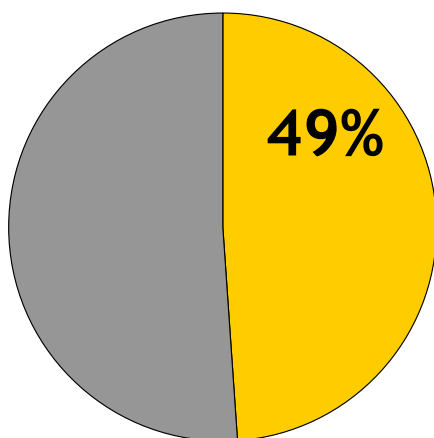
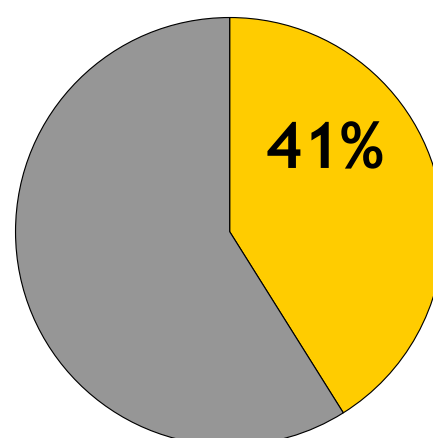
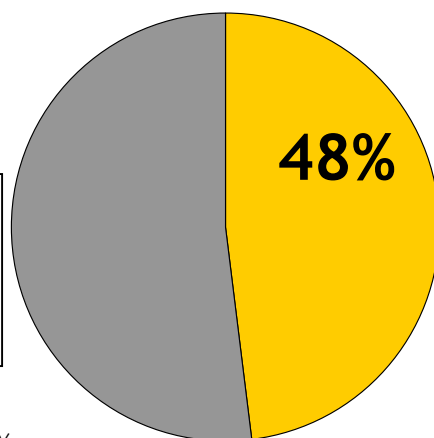
RBE*
1 468M€

Rés. avant impôt*
1 270M€

en %
du Groupe**



en % de la
Banque de Détail

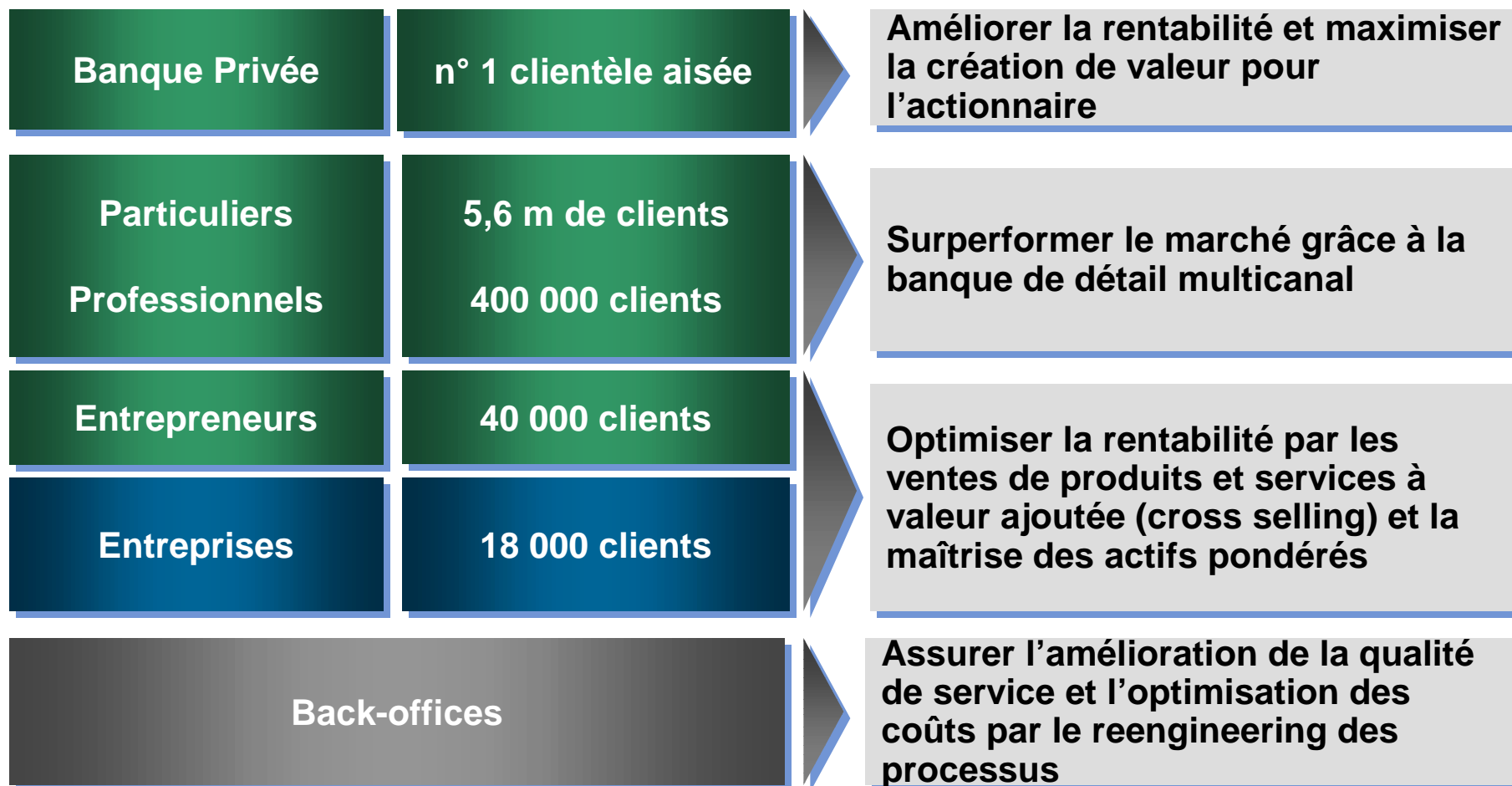


* Banque Privée France à 100%

** Pôles opérationnels

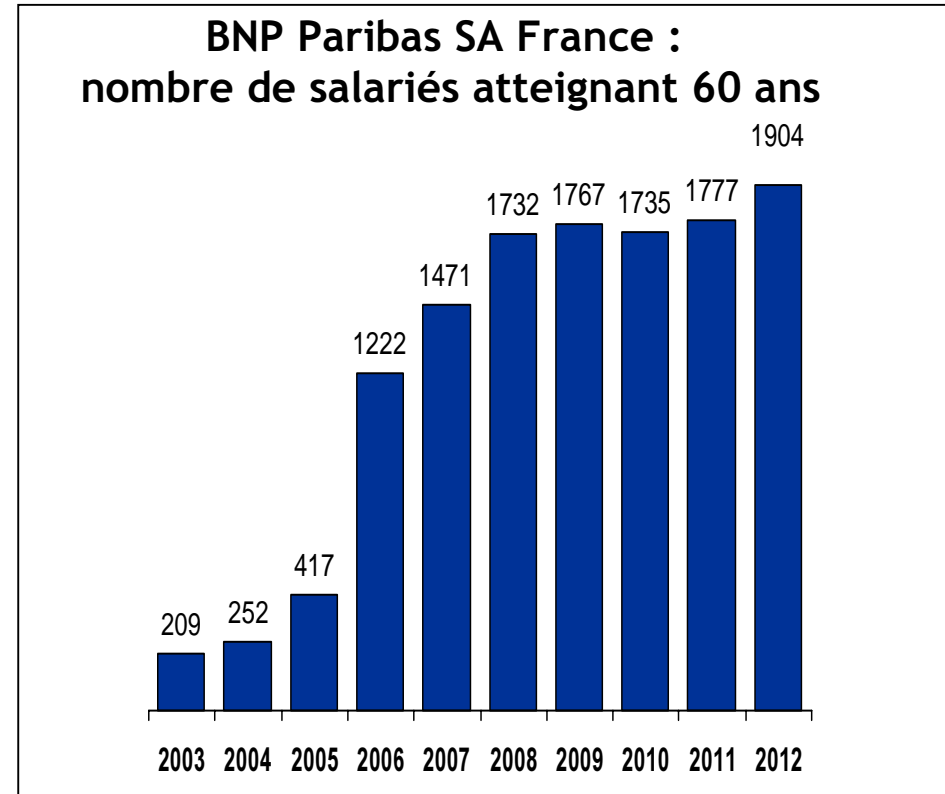
Banque de détail en France

Les axes stratégiques à moyen terme



- **La banque de détail multicanal (dispositif aujourd'hui opérationnel)**
- **Les nouvelles approches entreprises (2/3 du fonds de commerce couvert à fin 2003)**
- **La réingénierie des back offices (2003-2005)**
- **La banque libre service (2003-2008)**

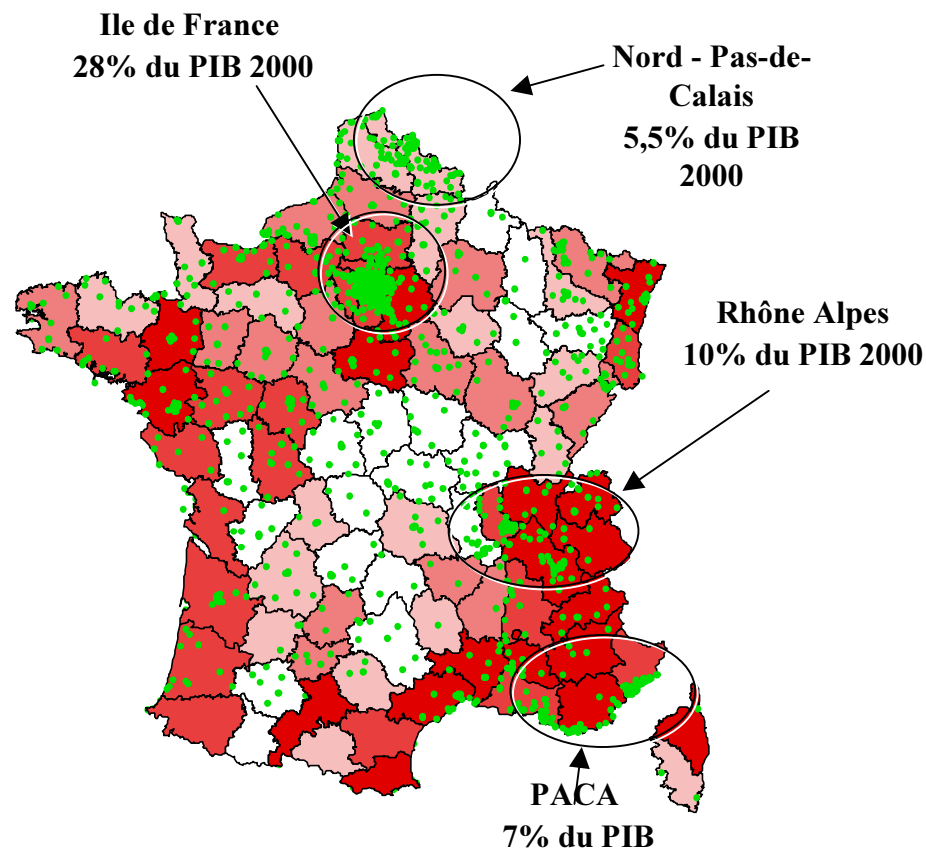
- 30 620 collaborateurs au 31/12/2002
- Recrutement de commerciaux et de téléconseillers
 - 2001 : 1 350
 - 2002: 2 225
- Un turnover important qui permet une adaptation à la conjoncture économique et aux comportements de la clientèle



- **Un réseau mobile**
 - 80 à 100 ouvertures et 20 clôtures sur 2003-2005

- **Une présence qui s'intensifie sur les zones les plus porteuses**
 - 60% des vendeurs sur 4 régions générant 50% du PIB en 2002

- **Une modernisation permanente**
 - le projet Banque Libre Service



Evolution de la population

1990-1999 (%)

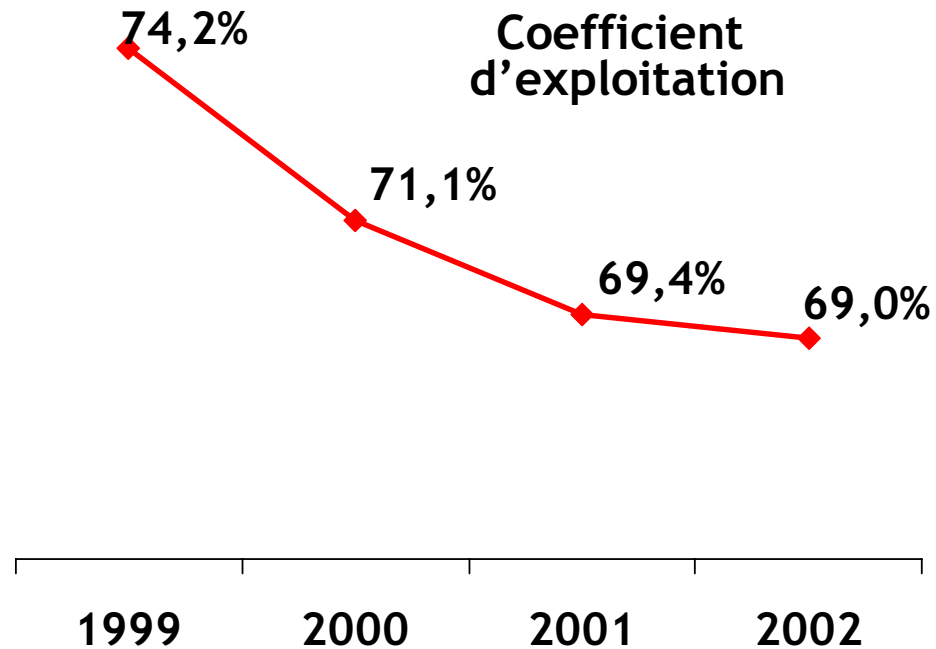
□ -5.3 - -0.3

□ -0.3 - 1

□ 1 - 3.6

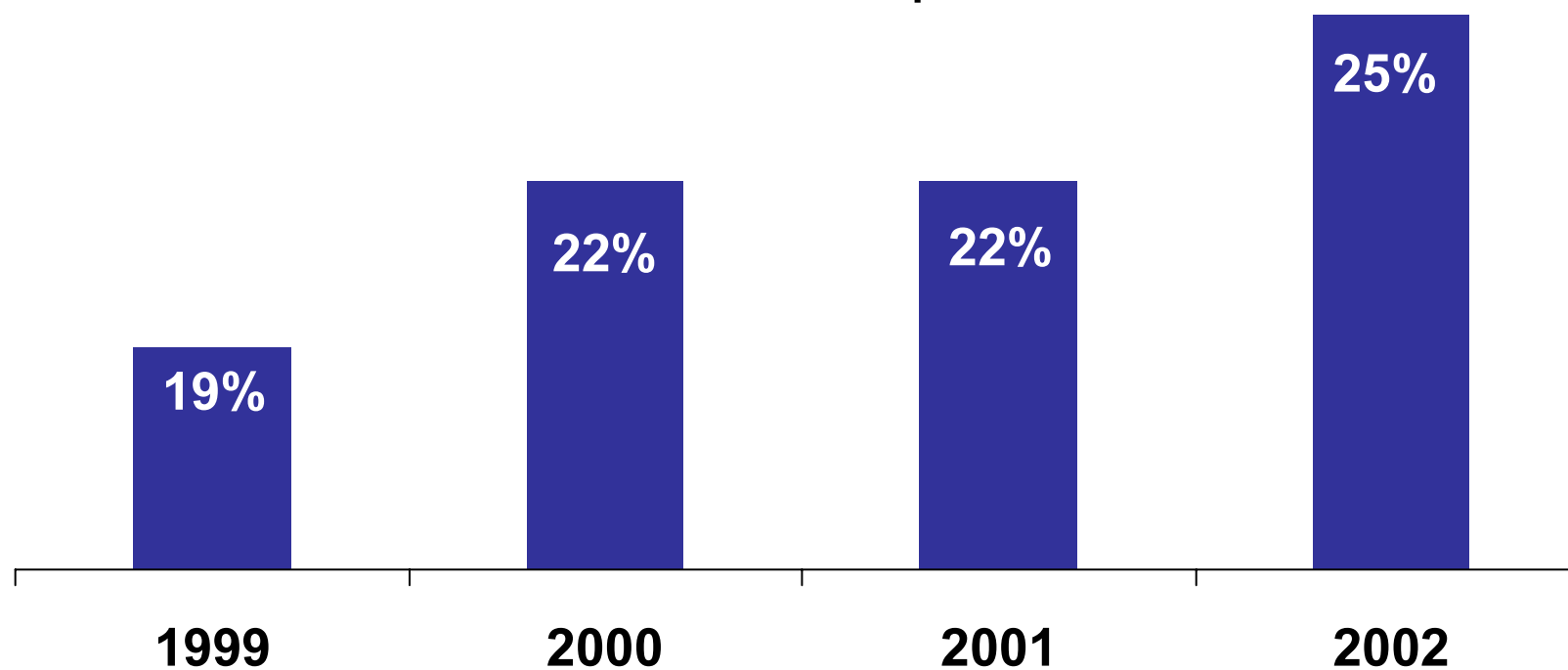
□ 3.6 - 6

■ 6 - 13



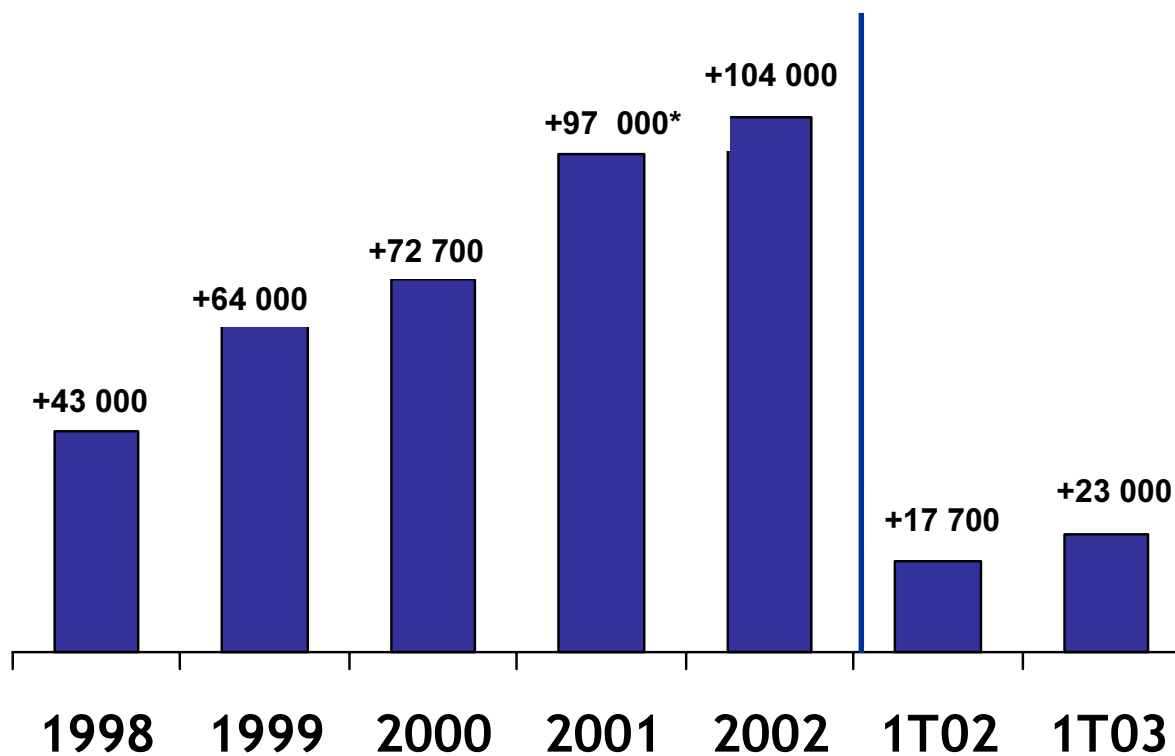
- D'ici 2005, une croissance des coûts autour de 2% / an contre 3% dans le projet 2005, dans un contexte d'investissement soutenu

ROE avant impôt

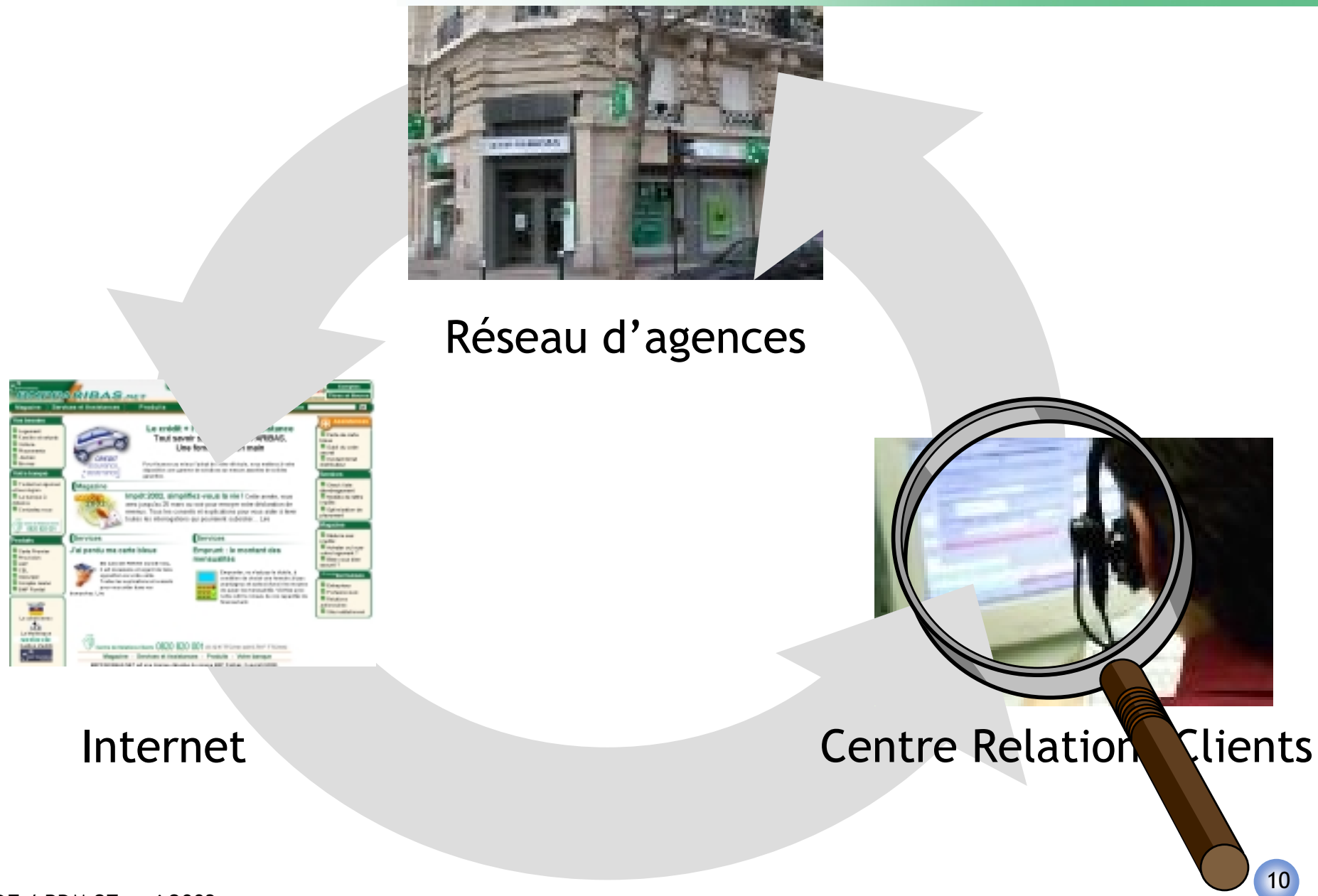




Accroissement du nombre de comptes à vue de particuliers



* auxquels se sont rajoutés 30 000 clients nouveaux en provenance du réseau du Trésor



- Un centre de contacts et de service : la banque au quotidien pour 6 millions de clients particuliers
- La réception et le traitement des appels entrants « agence » et des e-mails clients
- 2 plates-formes multimédia (Paris-Tolbiac et Orléans) et un pilotage centralisé
- Un effectif de 380 téléconseillers



Banque de détail en France

Banque de détail en France

Banque de Détail Multicanal

Plan de la présentation

- **Rappel des objectifs**

- Un déploiement réussi



Une gestion de la relation client opérationnelle et intégrée (agence, CRC et internet)

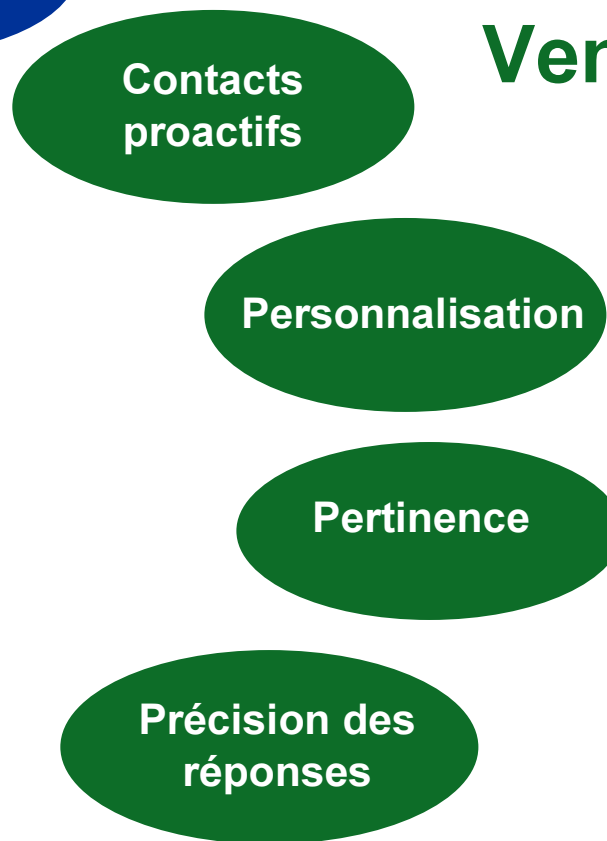
- Les prochaines étapes

Les attentes des clients : plus de service, plus de personnalisation

Service



Ventes



- Un dispositif commercial intégré
- Des canaux complémentaires sur les contacts, le service et les ventes



Réseau d'agences



Internet

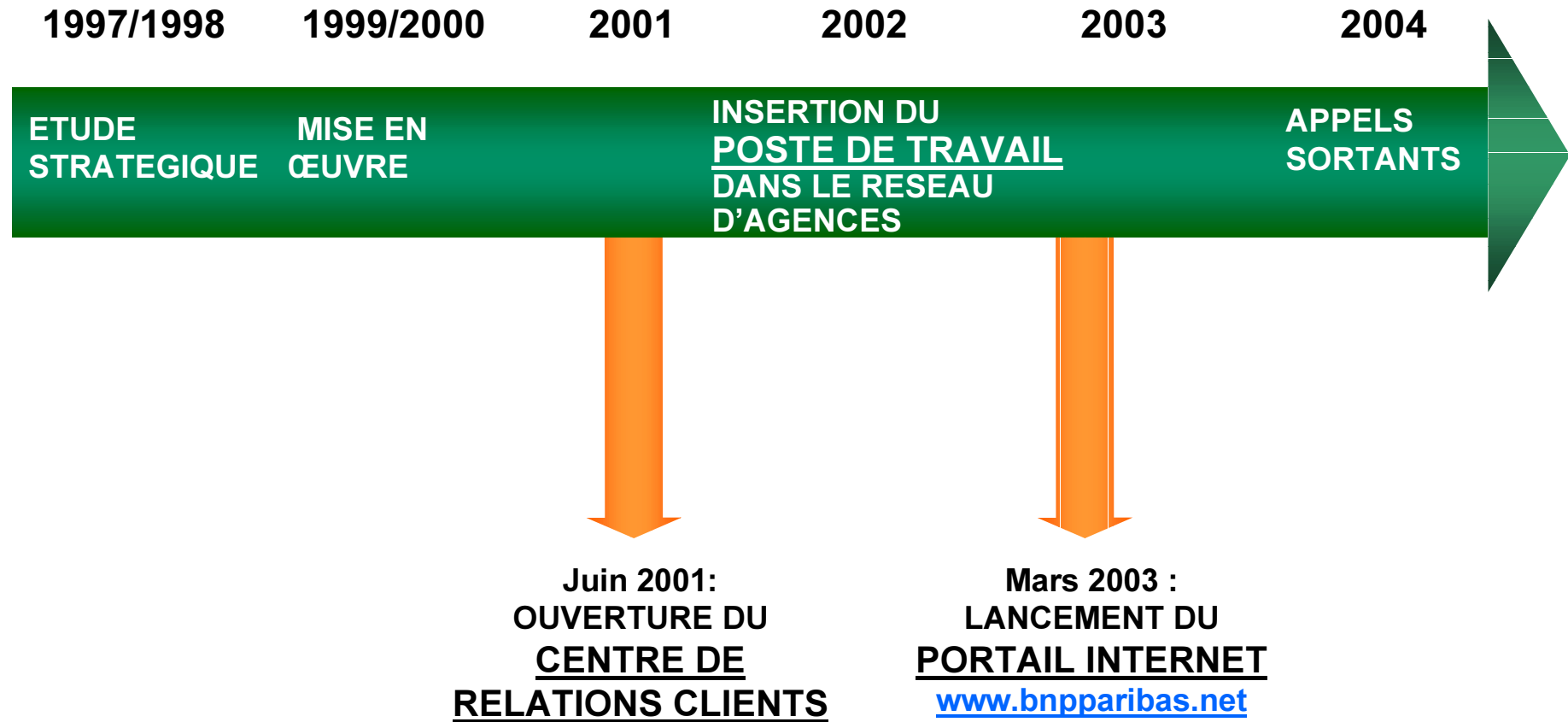


Centre Relations Clients


- **Produire à moindre coût plus de qualité de service**
- **Multiplier et piloter les contacts commerciaux**

=> Fidéliser les clients et développer les ventes

Un projet stratégique inscrit dans la durée



Plan de la présentation

- Rappel des objectifs
- **Un déploiement réussi**
 -  Une gestion de la relation client opérationnelle et intégrée (agence, CRC et internet)
- Les prochaines étapes

Un dispositif aujourd'hui entièrement déployé

- **Un nouveau poste de travail unique CRC / agence et propriétaire**
 - aide en ligne produits et situations clients
 - point d'entrée commun: le dossier client (informations, contrats, vente, assistance et rendez-vous)
- **Interconnexion CRC - internet avec les 2 200 agences**
 - partage des informations clients en temps réel sur l'ensemble des canaux - prise de RV partagée
 - mutualisation des contenus
 - plate-forme informatique commune de services bancaires
- **Intégration de tous les médias « distants » dans la Banque à Distance (SVI, CRC, internet, ...) avec le numéro client unique**

la Banque de Détail Multicanal : Un dispositif commercial intégré



Réseau d'agences



Internet



Centre Relations Clients



Centre Relations Clients

- Plus de 1,6 million d'appels reçus par mois
 - un taux de rétention par le Serveur Vocal Interactif (SVI) proche de 80%
 - 330 000 appels par mois traités par les téléconseillers
- Près de 6 000 e-mails par mois

CRC : le choix d'un recrutement de qualité

- **Objectif**

- assurer une bonne qualité de service
- préparer la relève des vendeurs dans les agences

- **Conséquence d'un marché de l'emploi tendu en 2001-2002: un décalage dans la montée en charge du CRC**

- environ 2/3 des Services d'Accueil Téléphonique (SAT) repris sur le CRC à fin mai 2003
- généralisation des appels sortants différée en 2004 (séries limitées dès juillet 2003)

- **Un rythme de recrutement soutenu en 2003: une trentaine d'embauches par mois**

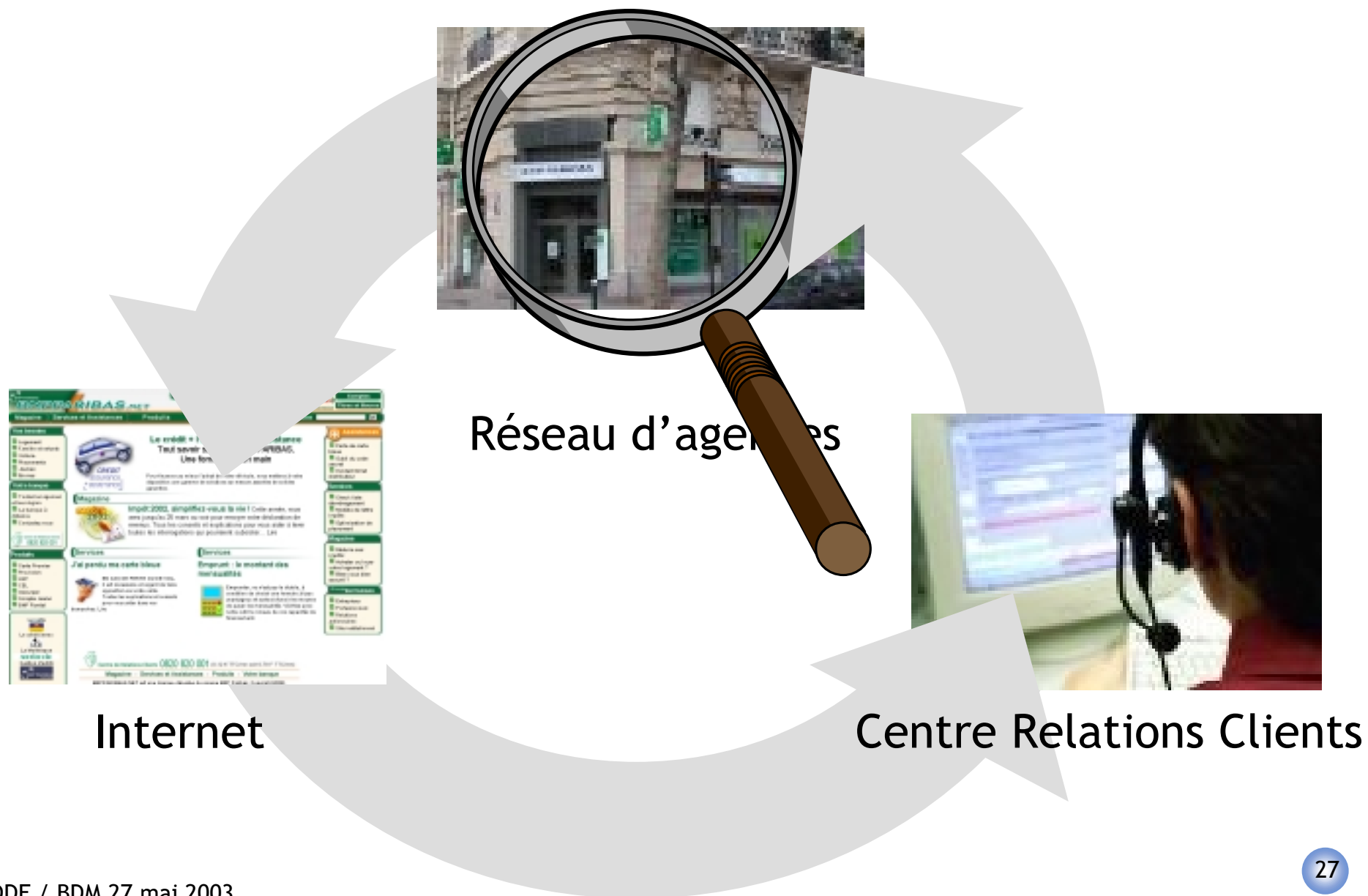
- **Une forte amélioration de la qualité d'accueil**
 - plus de 95 % de taux de prise constant sur le CRC
 - une amplitude de 14 heures* par jour 6 jours sur 7, contre 8 heures dans les agences
 - une offre élargie et des traitements sécurisés
- **Des flux SVI en hausse de plus de 10% de 2002 à 2003**
 - avec un taux de disponibilité de 99,8 % (24 / 24, 7j / 7j) et un coût marginal de traitement
- **95% des e-mails traités dans la journée**

* : 10 heures le samedi

Une excellente adhésion des clients

- Un recours croissant à l'identification par le numéro client
- Un nombre de transferts des appels vers l'agence en réduction notable : de plus de 30% à l'ouverture à environ 15% aujourd'hui

la Banque de Détail Multicanal: un dispositif commercial intégré





Réseau d'agences

L'insertion du poste dans les agences : un programme d'envergure inscrit dans la durée

- **Un effort de formation important**

- l'intégralité des 2 500 managers et animateurs formée par l'équipe projet (250 réunions de 2 jours en 2002)
- tous les vendeurs formés par leurs managers

- **Un travail de fond qui se poursuit en 2003**

- accompagnement de l'encadrement des agences, acteur essentiel de la conduite du changement
- une hot line (technique et fonctionnelle) dédiée
- une aide en ligne intégrée dans le poste de travail (*Frequently Asked Questions*)

Poste de travail : une utilisation croissante

Tableau de bord BDM - mars 2003

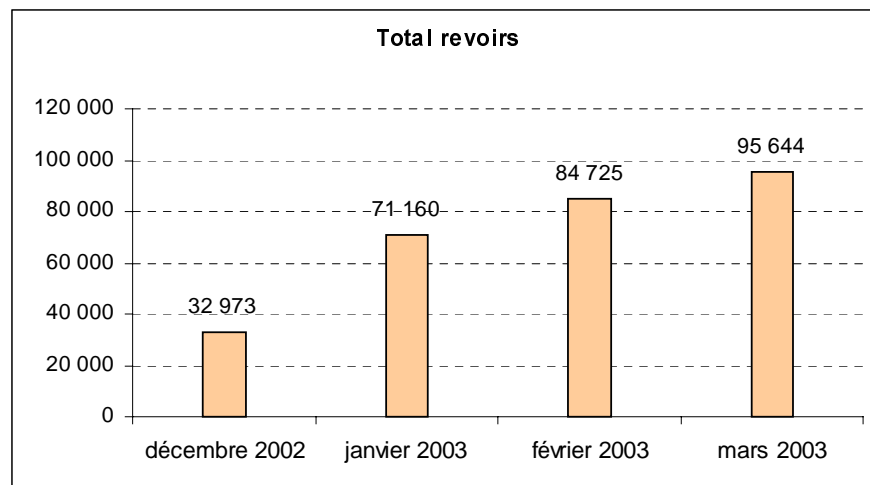
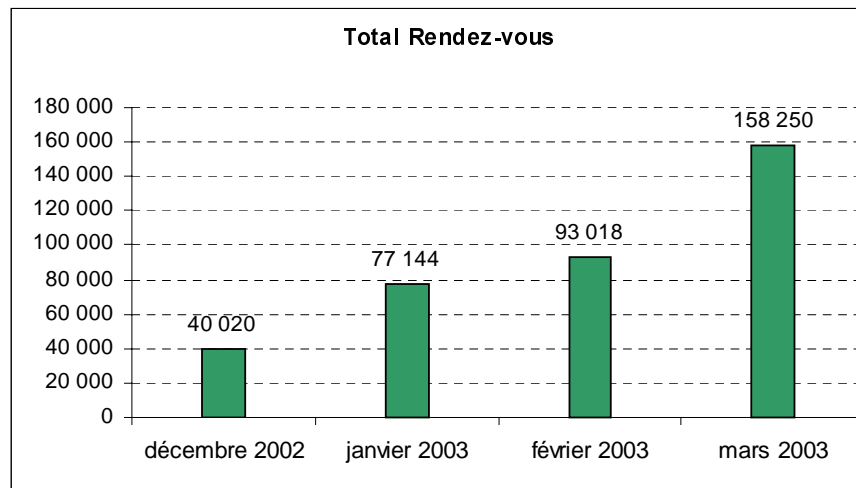
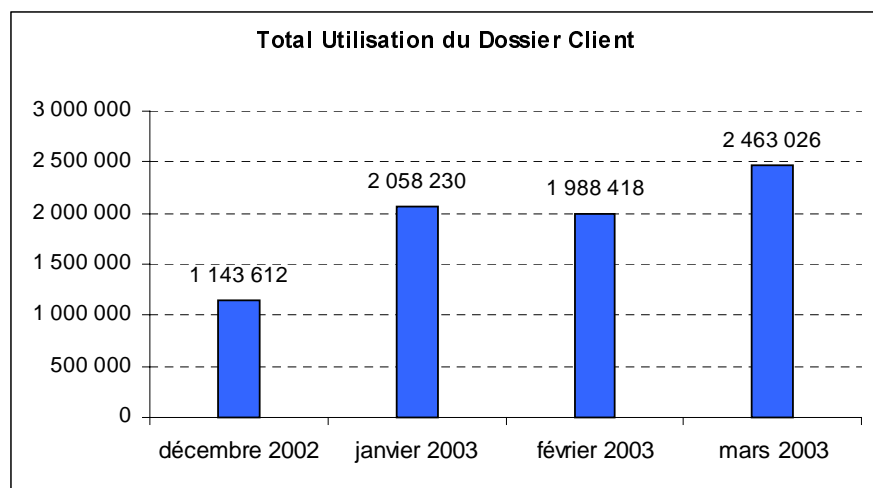
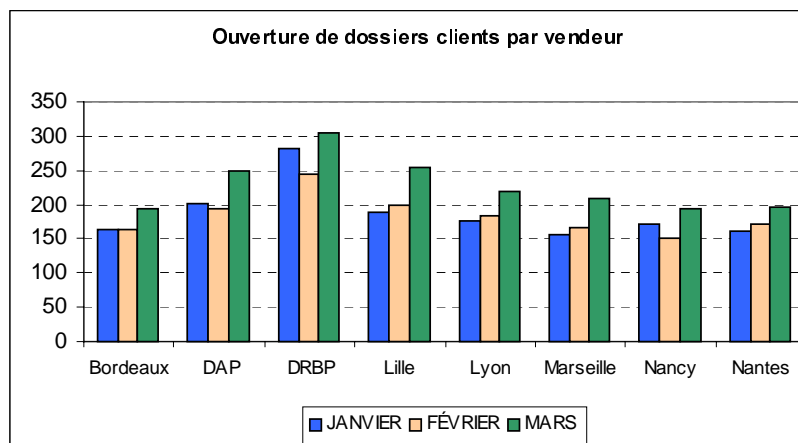
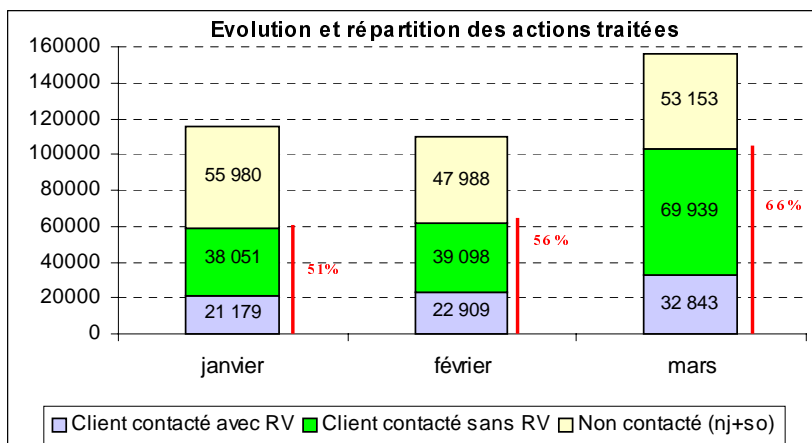


Tableau de bord BDM national disponible au niveau des directions régionales et des groupes d'agences

- Une gestion plus proactive des contacts via les applicatifs de gestion de la relation client (GRC)
- Des possibilités nouvelles de suivi et de qualification de l'activité du vendeur par le management, via les fonctionnalités du poste de travail

Tableau de bord BDM - mars 2003



Une appropriation rapide du poste de travail par les équipes commerciales

- **Excellent accueil y compris des outils de pilotage intégrés (agenda partagé, traçage de la réalisation des actions à faire, partage des « corbeilles » actions à faire ...)**
- **12 000 rendez-vous clients et prospects pris par le CRC chaque mois**

la Banque de Détail Multicanal: un dispositif commercial intégré



Réseau d'agences



Internet



Centre Relations Clients

Vos besoins

- Logement
- Famille et enfants
- Voiture
- Placements
- Jeunes
- Envies

Votre banque

- Toutes les agences et leur région
- La banque à distance
- Contactez nous



Produits

- Carte Premier
- Provision
- LEP
- CEL
- Assurpel
- Compte Jeans
- BNP Floréal

La carte



Le crédit immo



La Multirisque

NATIOVIE

Gestion d'actifs



CREDIT
+ assurance
+ assistance

Le crédit + l'assurance + l'assistance
Tout savoir sur l'offre BNPPARIBAS,
Une formule clé en main

Pour financer au mieux l'achat de votre véhicule, nous mettons à votre disposition une gamme de solutions sur mesure assorties de solides garanties.

Magazine



Impôt 2002, simplifiez-vous la vie ! Cette année, vous avez jusqu'au 25 mars au soir pour envoyer votre déclaration de revenus. Tous les conseils et explications pour vous aider à lever toutes les interrogations qui pourraient subsister... Lire

Services

J'ai perdu ma carte bleue



demarches. Lire

EN CAS DE PERTE OU DE VOL, il est nécessaire et urgent de faire opposition sur votre carte. Toutes les explications et conseils pour vous aider dans vos

Services

Emprunt : le montant des mensualités



Emprunter, ce n'est pas le diable, à condition de choisir une formule à taux avantageux et surtout d'avoir les moyens de payer les mensualités. Vérifiez avec notre outil le niveau de vos capacités de financement.

+ Assurances

- Perte de carte bleue
- Oubli du code secret
- Incident billet distributeur

Services

- Check liste déménagement
- Modèle de lettre impôts
- Optimisation de placement

Magazine

- Réduire ses impôts
- Acheter ou louer votre logement ?
- Etes-vous bien assuré ?

Groupe BNPPARIBAS

- Entreprises
- Professionnels
- Relations actionnaires
- Site institutionnel

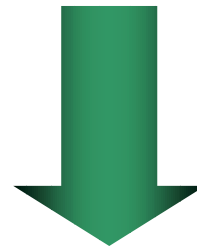


Centre de Relations Clients **0820 820 001** (0,12 € TTC/mn soit 0,78 F TTC/mn)

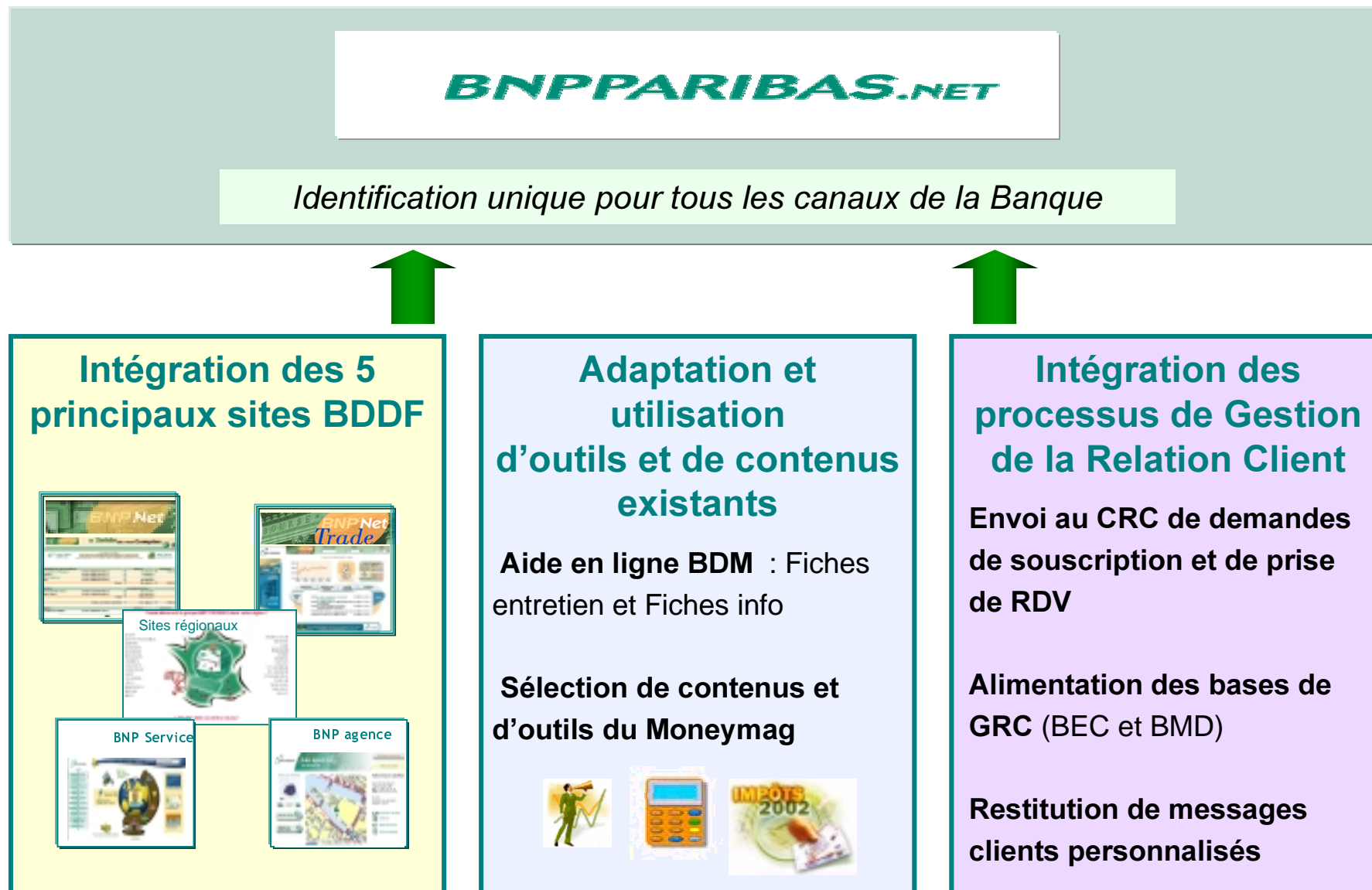
Magazine - Services et Assurances - Produits - Votre banque

BNPPARIBAS.NET est une marque déposée du groupe BNP Paribas. Copyright 2000.

- Lancement du portail www.bnpparibas.net en mars 2003
 - agrégation des sites BDDF
 - augmentation de 30 à 50 % des flux et visites
 - intégration des prises de rendez-vous et de la Gestion de la Relation Client



**Un portail internet intégré au socle
Banque de Détail Multicanal**



BNPPARIBAS.NET : la « home page »

Intégration des sites locaux (régions et agences)

Un site entièrement dynamique

Identification unique

Intégration de BNP Net et BNP Net Trade



- Vos besoins**
- Logement
 - Famille et enfants
 - Voiture
 - Placements
 - Jeunes
 - Enviés
- Votre banque**
- Toutes les agences et leur région
 - La banque à distance
 - Contactez nous
- Centre de Relations Clients 0820 820 001
- Produits**
- Carte Premier
 - Provision
 - LEP
 - CEL
 - Assurance
 - Compte Jeunes
 - BNP Floreal



Le crédit + l'assurance + l'assistance
 Tout savoir sur l'offre BNPPARIBAS, Une formule clé en main

Pour financer au mieux l'achat de votre véhicule, nous mettons à votre disposition une gamme de solutions sur mesure assorties de solides garanties.

Magazine



Impôt 2002, simplifiez-vous la vie ! Cette année, vous avez jusqu'au 25 mars au soir pour envoyer votre déclaration de revenus. Tous les conseils et explications pour vous aider à lever toutes les interrogations qui pourraient subsister... Lire

Services

J'ai perdu ma carte bleue



EN CAS DE PERTE OU DE VOL, il est nécessaire et urgent de faire opposition sur votre carte. Toutes les explications et conseils pour vous aider dans vos démarches. Lire

Services

Emprunt : le montant des mensualités



Emprunter, ce n'est pas le diable, à condition de choisir une formule à taux avantageux et surtout d'avoir les moyens de payer les mensualités. Vérifiez avec notre outil le niveau de vos capacités de financement.

Assistances

- Perte de carte bleue
- Oubli du code secret
- Incident billet distributeur

Services

- Check liste déménagement
- Modèle de lettre impôts
- Optimisation de placement

Magazine

- Réduire ses impôts
- Acheter ou louer votre logement ?
- Etes-vous bien assuré ?

Groupes BNPPARIBAS

- Entreprises
- Professionnels
- Relations actionnaires
- Site institutionnel

Mise en avant produits

Intégration du contenu du site Moneymag

Intégration de l'aide en ligne du poste BDM

Intégration des simulations

Liens vers le site institutionnel et les autres sites du Groupe




Centre de Relations Clients 0820 820 001 (0,12 € TTC/mn soit 0,78 F TTC/mn)

Magazine - Services et Assurances - Produits - Votre banque

BNPPARIBAS.NET est une marque déposée du groupe BNP Paribas. Copyright 2000.

Plan de la présentation

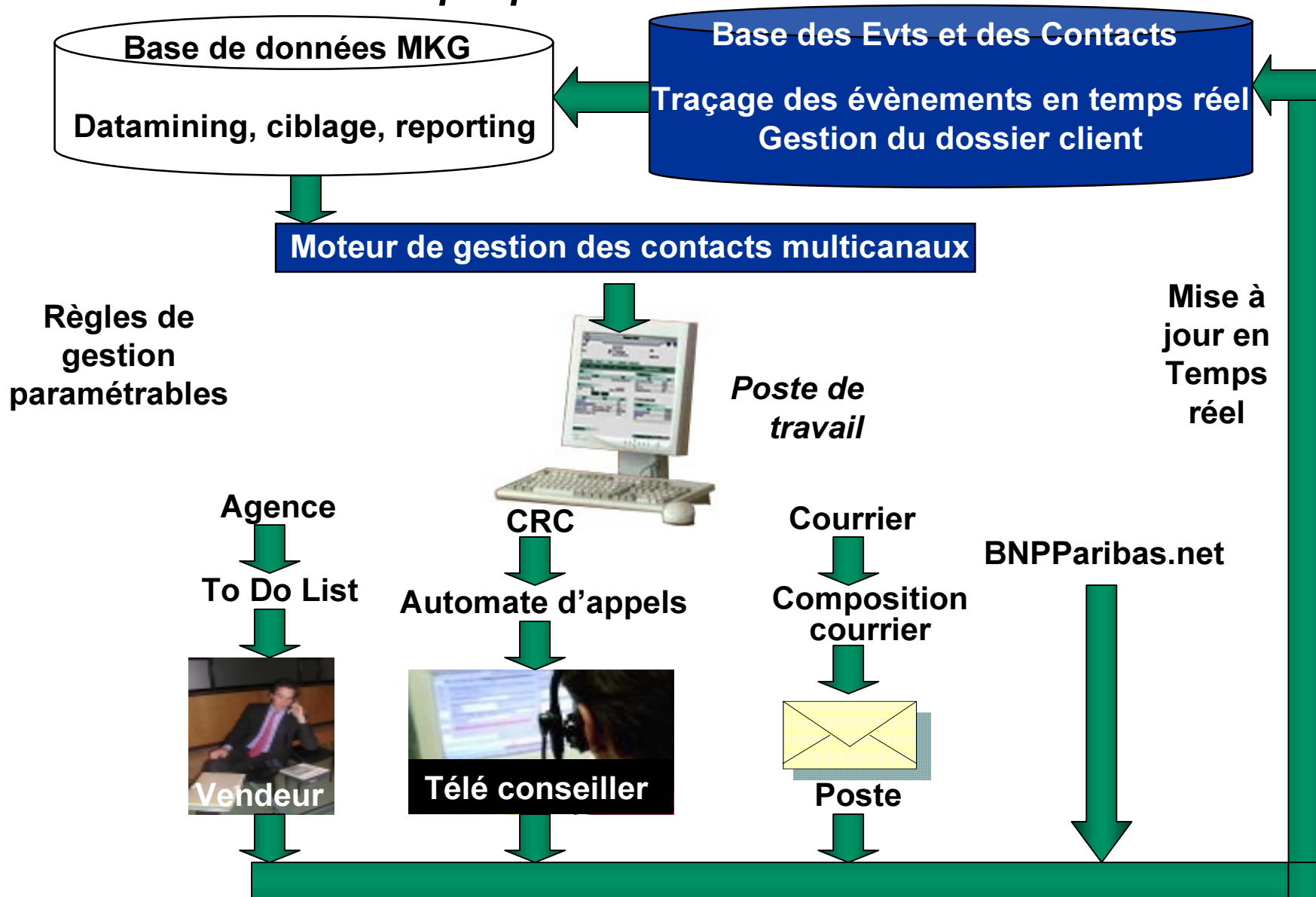
- Rappel des objectifs
- Un déploiement
 **Une gestion de la relation client opérationnelle et intégrée (agence, CRC et internet)**
- Les prochaines étapes

Une application Gestion de la Relation Client totalement intégrée et opérationnelle


- Des applicatifs propriétaires
- Une « boucle » GRC simple à mettre en œuvre par les utilisateurs (vendeurs et managers)
- Des outils de pilotage intégrés pour les managers tant pour la gestion des contacts que pour le reporting des réalisations
- Award Lafferty européen obtenu en 2001



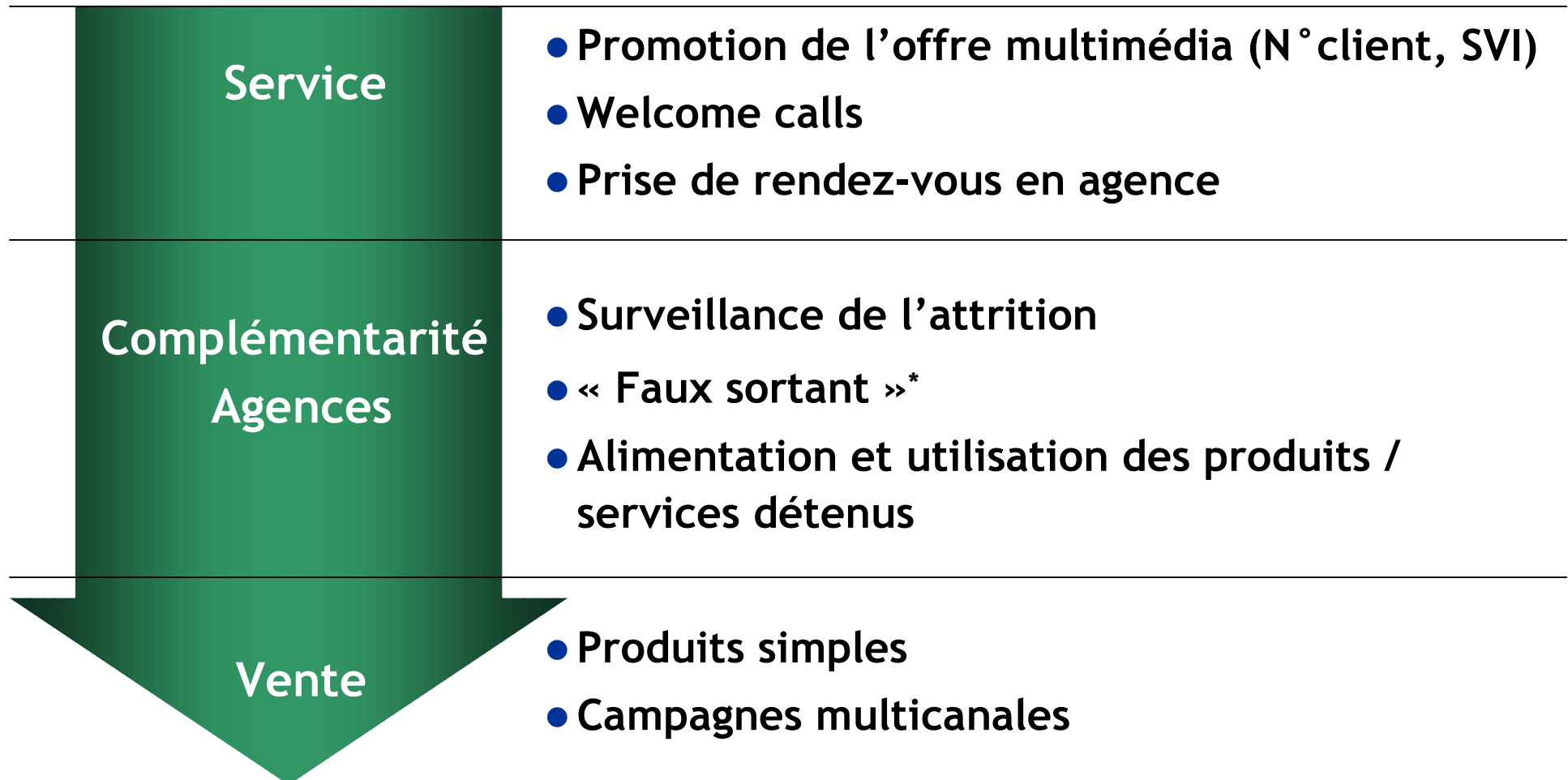
Architecture et outils propriétaires



Plan de la présentation

- Rappel des objectifs
- Un déploiement réussi
 -  Une gestion de la relation client opérationnelle et intégrée (agence, CRC et internet)
- **Les prochaines étapes**

Appels sortants : une généralisation en 2004



* : ligne dédiée aux appels entrants suite à une sollicitation commerciale spécifique

- Complémentarité CRC-internet / agences sur le service et les ventes finalisée avec les appels sortants
- Réponse complète aux attentes des clients
 - plus de service
 - plus de personnalisation
- Gestion optimisée des leviers de croissance
 - vie des produits
 - les clients à potentiel
 - les clients récents
 - les clients « fragiles »



Réseau d'agences



Internet



Centre Relations Clients

Un dispositif commercial intégré autorisant une forte réactivité aux évolutions futures du marché

Banque de détail en France

Banque de Détail Multicanal